

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil Penelitian yang telah dilakukan penulis, maka dapat disimpulkan berdasarkan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa faktor internal dalam pengembangan Chinatown sebagai destinasi wisata gastronomi halal di Kota Bandung diantaranya adalah dari segi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, sebagai berikut :
 - a. Faktor-faktor Internal Chinatown Bandung yang termasuk kekuatan (*Strengths*) adalah :
 - Daya Tarik Chinatown (Lingkungan, Budaya, Heritage/sejarah, Kuliner dan Belanja)
 - Pengetahuan karyawan mengenai makanan halal (90% muslim)
 - Harga tiket masuk terjangkau
 - Suasana Chinatown nyaman
 - Tenan/*Food Court* Menarik
 - Menu makanan dan minuman menarik
 - Pelayanan ramah
 - Mengetahui produk Chinatown halal berdasarkan Logo
 - Transaksi Pembayaran
 - Jaminan Bahan Baku Halal
 - Standar resep melalui uji tes (Hygiene, kualitas rasa dan tampilan)
 - b. Faktor-Faktor Internal Chinatown Bandung yang termasuk Kelemahan (*Weakness*)
 - Perbandingan dengan harga pesaing
 - Tenan/*food court* kurang nyaman
 - Aroma makanan dan minuman kurang menarik
 - Penyajian makanan kurang cepat
 - Luas lahan Chinatown

Rini Nuraeni, 2018

STRATEGI PENGEMBANGAN CHINATOWN SEBAGAI DESTINASI WISATA GASTRONOMI HALAL DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Lahan parkir
 - Lokasi Chinatown tidak dilewati kendaraan umum.
2. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa faktor eksternal dalam pengembangan Chinatown sebagai destinasi wisata gastronomi halal di Kota Bandung diantaranya adalah dari segi peluang dan ancaman, sebagai berikut :
- a. Faktor-faktor eksternal Chinatown Bandung yang termasuk peluang (*Opportunities*) adalah :
 - Perkembangan *Halal Tourism* di dunia
 - Informasi produk Chinatown lebih mudah dari produk lain
 - Explorasi sejarah dan budaya menarik
 - Pangsa pasar yang luas
 - Promosi *Word of Mouth*, sosial media, dan *event* barongsai.
 - Disbudpar dan MUI Jabar setuju pengembangan Chinatown sebagai destinasi wisata gastronomi halal di kota Bandung.
 - Disbudpar melakukan upaya memfasilitasi, promosi dan regulasi untuk Chinatown
 - b. Faktor-faktor eksternal Chinatown Bandung yang termasuk ancaman (*Threats*) adalah :
 - Harga Produk lain lebih murah
 - Rasa makanan dan minuman produk lain lebih enak
 - Kejenuhan pengunjung
 - Faktor cuaca
 - Disbudpar dan MUI belum mempunyai strategi, rencana atau program untuk Chinatown
 - Disbudpar dan MUI belum mempunyai kebijakan mengembangkan Chinatown
 - Aksesibilitas, daya dukung dan daya tampung.
3. Setelah dianalisis dari potensi-potensi serta kendala pengembangan Chinatown sebagai destinasi wisata gastronomi halal di Kota Bandung melalui *Internal Factors Evaluation* (IFE) *Eksternal Factors Evaluation* (EFE) maka diperoleh *positioning* pada kuadran I dengan skor (1,21 ; 1,09), dimana dapat ditentukan

strategi *Agresif* dalam pengembangan Chinatown sebagai destinasi wisata gastronomi halal di Kota Bandung.

4. alternatif yang menjadi prioritas menurut hasil pengolahan data QSPM memperoleh 9 alternatif strategi. Namun yang menjadi prioritas utama adalah strategi yang pertama yaitu **“Membuat inovasi produk (kuliner, lingkungan, event, dan beragam tempat pembelanjaan oleh-oleh aksesoris dan baju) guna menghindari kejenuhan pengunjung”**.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat dikemukakan adalah untuk mendukung strategi pengembangan Chinatown sebagai destinasi wisata gastronomi halal di Kota Bandung yaitu dengan cara :

1. Membuat inovasi produk (kuliner, lingkungan, *event*, dan beragam tempat pembelanjaan oleh-oleh aksesoris dan baju) guna menghindari kejenuhan pengunjung yang sudah pernah berkunjung ke Chinatown dan untuk menarik lebih banyak minat wisatawan untuk datang ke Chinatown.
2. Bekerjasama dengan Disbudpar dan MUI dengan memanfaatkan potensi Chinatown dan jaminan makanan halal agar bisa bersinergi untuk mengembangkan Chinatown sebagai destinasi wisata gastronomi halal di Kota Bandung serta memanfaatkan fungsi pemerintah yang memfasilitasi, promosi dan sosialisasi.
3. Meningkatkan kualitas rasa, aroma, penyajian, dan pelayanan agar sesuai dengan harga yang ditawarkan. Dengan meningkatkan kualitas produk makanan yang enak, dan penyajiannya yang bagus/menarik, serta pelayanannya yang cepat. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Mengadakan evaluasi standar karyawan dan produk yang di tawarkan mulai dari harga, rasa, penyajian, aroma dan kecepatan penyajian. Agar setiap bulan memiliki perbaikan-perbaikan yang bisa terus mengembangkan Chinatown menjadi lebih baik.
5. Mengoptimalkan potensi daya tarik Chinatown (Lingkungan, Budaya, Sejarah, produk Kuliner, dan Belanja) dan konsep jaminan makanan halal guna memperkenalkan destinasi wisata gastronomi halal Chinatown. Dengan

memberikan suasana lingkungan yang nyaman dan menarik, memberikan wawasan mengenai budaya dan sejarah Tiongkok di museum, melakukan inovasi produk oleh-oleh atau aksesoris secara berkala, dan meningkatkan produk kuliner yang halal dengan adanya sertifikat halal pada setiap tenant.

6. Memanfaatkan media promosi mulut ke mulut, sosial media, dan melalui *Event* untuk mempromosikan keunggulan Chinatown. Promosi melalui agen travel, sosial media (instagram, line, facebook, blog, dll.) dan melakukan posting kegiatan setiap harinya secara berkala. Hal ini guna meraih pangsa pasar yang lebih banyak.
7. Memaksimalkan fasilitas dengan luas lahan yang ada. Seperti kursi yang ada di tenant maupun *food court* disesuaikan agar kenyamanan konsumen tetap terjaga, dan menata kursi-kursi dan meja dengan rapi juga menarik.
8. Membuat antisipasi apabila terjadi perubahan cuaca. Dengan menyediakan payung bagi pengunjung yang datang serta membuat promo-promo yang menarik saat musim hujan.
9. Mempromosikan Ojek Online dan bandros untuk mempermudah aksesibilitas ke Chinatown. Cara yang paling mudah promosi melalui sosial media dengan memposting aksesibilitas ke Chinatown. Hal tersebut mempermudah wisatawan/konsumen yang ingin datang ke Chinatown.